

Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Кафедра маркетингу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

"Проект рішення із відкриття нового виду бізнесу (відео-контент студія для реклами) і його маркетингове обґрунтування"

Студента (ки) групи МАРК-41
Кулакевич Вікторія-Беатріз

Науковий керівник:
Доцент, кандидат економічних
наук Окрепкий Р.Б.

Національна
шкала

Кількість
балів:

Оцінка: ECTS

Члени комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО СТВОРЕННЯ ВІДЕО- КОНТЕНТ СТУДІЇ В м. ТЕРНОПОЛІ	5
1.1. Компанія та її продукти	5
1.2. Дослідження та аналіз ринку	9
1.3. Маркетинговий план	14
1.4. Операційний план	18
1.5. Управлінська команда	23
1.6. Фінансовий план	26
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЕКТУ	28
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36

ВСТУП

Сучасний розвиток цифрових технологій зумовлює зростання попиту на якісний відеоконтент як один із найбільш ефективних інструментів комунікації зі споживачами. Бізнес у сфері торгівлі, сфери послуг, громадського харчування та розваг активно переходить до використання відеореклами у соціальних мережах, на вебсайтах та медіаплатформах для формування іміджу, підвищення впізнаваності бренду й стимулювання купівельної активності. У регіональному розрізі, зокрема в місті Тернополі, спостерігається зростання кількості малих і середніх підприємств, які потребують доступних і професійних рішень у створенні відеоконтенту. Це формує сприятливе середовище для відкриття спеціалізованої студії, орієнтованої на надання комплексних маркетингових послуг на локальному ринку.

Обрана тема є актуальною, оскільки якісний відеоконтент стає ключовим чинником конкурентоспроможності сучасних брендів. Водночас регіональний ринок відеореklamних послуг залишається недостатньо насиченим: підприємства часто змушені співпрацювати зі студіями із Києва чи Львова, що спричиняє додаткові витрати та часові затримки. Відкриття відео-контент студії у Тернополі сприятиме розвитку медіаіндустрії міста, підтримці місцевих бізнесів і формуванню нових робочих місць, що також відповідає пріоритетам регіонального економічного розвитку [1; 6].

Метою курсової роботи є розроблення проекту створення відео-контент студії в м. Тернополі та його маркетингове обґрунтування з урахуванням ринкових тенденцій, споживчого попиту та фінансових можливостей підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- охарактеризувати компанію, її місію, концепцію та спектр послуг;
- проаналізувати стан і динаміку розвитку ринку відеореklamних послуг у Тернополі та Україні;

- сформувати маркетингову стратегію і комплекс маркетингу підприємства;
- визначити операційні аспекти запуску бізнесу;
- обґрунтувати кадрове забезпечення та організаційну структуру;
- розробити фінансовий план проєкту та оцінити його економічну ефективність.

Методологічною основою дослідження є аналіз наукових праць українських та зарубіжних авторів, статистичних звітів міжнародних маркетингових компаній, нормативно-правових актів України у сфері підприємництва й рекламної діяльності. У роботі використано методи аналізу та синтезу, порівняння, маркетингових досліджень, SWOT-аналізу, проєктного планування та розрахунків фінансової ефективності бізнес-проєкту.

Емпіричною базою є офіційні статистичні дані (Eurostat, Statista), аналітичні матеріали Google та TikTok for Business, відкриті дані ринку рекламних послуг України та результати оцінки конкурентного середовища м. Тернополя.

Структурно курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків. У першому розділі представлено ділову пропозицію щодо відкриття відео-контент студії, у другому — проведено економічне обґрунтування фінансової частини проєкту, а у висновках сформовано ключові результати дослідження та практичні рекомендації.

РОЗДІЛ 1

ДІЛОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО СТВОРЕННЯ ВІДЕО-КОНТЕНТ СТУДІЇ В м. ТЕРНОПОЛІ

1.1. Компанія та її продукти

Запропонована до створення компанія отримала назву **“PixelPulse Media”** та позиціонується як сучасна відео-контент студія, що спеціалізуватиметься на виробництві рекламного та брендингового відео для бізнесу й особистих брендів. Підприємство працюватиме у сфері маркетингових комунікацій і креативних індустрій, активно використовуючи цифрові інструменти просування для формування якісного контенту, адаптованого під потреби різних платформ — соціальні мережі, YouTube, корпоративні сайти та зовнішні рекламні носії.

Основною діяльністю студії буде створення комерційного відео: рекламних роликів, промо-відео для товарів і послуг, відео для інтернет-кампаній, корпоративних презентаційних роликів, іміджевих історій для брендів, контенту для TikTok та Instagram-Reels, а також анімаційних відео. Додатковими послугами стануть пост-продакшн (монтаж, кольорокорекція, звуковий супровід), сценарне виробництво та медіасупровід рекламних кампаній, що забезпечить комплексний сервіс для клієнта.

Головними споживачами послуг виступатимуть малі та середні підприємства Тернополя, яким необхідно покращувати свою присутність у digital-просторі: кав'ярні, салони краси, роздрібна торгівля, фітнес-центри, готельно-ресторанний бізнес, виробники локальних продуктів. Також компанія орієнтуватиметься на приватних замовників, зокрема лідерів громадської думки та малого блогінгу, котрі потребують регулярного й привабливого контенту для соцмереж. З розвитком проєкту перспективним стане вихід на ринки сусідніх міст і співпраця з івент-організаторами, навчальними закладами, культурними просторами.

Організаційно-правовою формою підприємства обрано товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Це забезпечує гнучкість управління, зручність залучення інвестицій та обмежену відповідальність власників у межах їхніх внесків до статутного капіталу. Первинне заснування передбачає наявність двох співзасновників, які виконуватимуть функції виконавчого директора та операційного продюсера. Надалі можливе розширення команди за рахунок штатного відеографа, SMM-спеціаліста, дизайнера-монтажера та маркетолога з аналітичними функціями.

Компанія працюватиме на конкурентному ринку маркетингових послуг, однак відрізнятиметься чіткою спеціалізацією на відеоконтенті та індивідуальним підходом до клієнта. У роботі використовуватиметься сучасне обладнання, авторські креативні рішення та адаптація відео під алгоритми соцмереж, що робить пропозицію актуальною й конкурентоспроможною для локального бізнес-середовища Тернополя.

Компанія PixelPulse Media пропонуватиме професійні послуги у сфері виробництва відеоконтенту та його подальшого маркетингового використання. Основна ідея полягає у створенні доступного, але водночас високоякісного продукту, орієнтованого на локальний бізнес і сучасні комунікаційні канали. У фокусі діяльності – відеореклама для соціальних мереж, що сьогодні є найдинамічнішим сегментом ринку та інструментом, який напряму впливає на брендову впізнаваність і рівень продажів.

Послуги студії можна поділити на кілька груп:

1. Виробництво рекламного відео

- короткі ролики (до 30 сек.) для TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts
- промо-відео для товарів, брендів та івентів
- відео для вебсайтів та онлайн-магазинів
- іміджеві історії компаній («brand storytelling»)

Основна увага приділятиметься створенню емоційного контенту, який привертає увагу з перших секунд і утримує глядача до кінця — це те, чого

потребують більшість локальних брендів, які прагнуть бути поміченими в перенасиченому інформаційному середовищі.

2. Пост-продакшн

- монтаж, кольорокорекція, робота зі звуком
- додавання титрів, субтитрів, анімаційних елементів
- адаптація контенту під різні формати та алгоритми соцмереж

Багато підприємств замовляють відеозйомку, але не отримують ефективного просування контенту. PixelPulse Media виправляє цю проблему за рахунок оптимізації відео для конкретного застосування.

3. SMM-супровід відеоконтенту

- розроблення контент-плану
- публікація та медіапланування роликів
- аналіз охоплень, переходів, конверсій
- рекламний запуск у соцмережах

Так клієнт отримує не лише відео, а завершену маркетингову послугу, яка приносить вимірюваний результат.

4. Анімаційні та motion-рішення

- інфографічні ролики
- анімація упаковки й логотипів
- заставки для відеоблогів
- 2D-анімація для промокампаній

Цей напрям дозволяє створювати відео без фізичної участі товару й замовника — особливо актуально для інтернет-брендів і сервісів.

5. Контентні пакети для малого бізнесу.

Студія пропонує формат «відео як сервіс» — регулярні зйомки та підготовка контенту за абонентською моделлю. Це дає можливість кав'ярням, салонам, магазинам, барбершопам отримувати стабільний потік відеоматеріалів для щоденної комунікації зі своєю аудиторією.

Приклад пакету: 4 ролики на місяць + монтаж + просування 2 із них – фіксована ціна, яка менша за одноразові замовлення

Цей формат сьогодні практично не представлений у Тернополі, що створює конкурентну нішу для PixelPulse Media.

На ринку відеопродакшну в Тернополі орієнтація більшості студій спрямована на зйомку весіль, сімейних заходів та документальних подій. Комерційне відео, яке потребує швидких циклів виробництва та маркетингової оптимізації, залишається малорозвиненим напрямом.

PixelPulse Media вирішує цю проблему за рахунок таких переваг:

- вузька спеціалізація на рекламі та бізнес-контенті
- адаптація під соцмережі (вертикальні формати, перші секунди як тригер інтересу)
- маркетингове налаштування відео — під алгоритми TikTok, Instagram, YouTube
- швидкість виробництва — 3–5 днів для більшості роликів
- сценарний супровід — клієнт отримує не просто «знятий матеріал», а готову ідею
- бюджетність порівняно зі львівськими та київськими студіями
- пакетність — вигідні рішення для малого бізнесу (щомісячний PR-супровід)

Така бізнес-модель робить студію не просто підрядником, а партнером зі зростання брендів.

Ціни формуються на основі трьох рівнів сервісу:

- 1) Базові ролики для соцмереж — доступні для малого бізнесу
- 2) Standard — для середнього бізнесу з SMM-підтримкою
- 3) Premium — креативні рекламні проекти з розширеною зйомкою

У перспективі планується впровадження динамічного ціноутворення залежно від ефективності рекламної кампанії (модель CPA), що дозволить

споживачам оцінювати результат у цифрах, а студії — підвищувати маржинальність успішних проектів.

Запропонований продуктовий портфель PixelPulse Media дає змогу покрити широкий спектр потреб локального бізнесу — від швидких рекламних роликів до комплексного маркетингового супроводу. Унікальність полягає не лише у створенні відео, а в фокусі на результаті: охоплення аудиторії, залучення клієнтів, зростання продажів. Такий підхід формує довгострокову співпрацю і забезпечує конкурентоспроможність компанії на ринку Тернополя.

1.2. Дослідження та аналіз ринку

Основними споживачами послуг компанії PixelPulse Media виступатимуть суб'єкти малого та середнього бізнесу міста Тернополя й області, які активно просувають свої послуги чи товари через інтернет та соціальні мережі. Ринок локальних підприємств характеризується достатньою кількістю потенційних замовників, які прагнуть збільшити свою впізнаваність та сформувати привабливий образ бренду шляхом сучасного відеоконтенту. Це передовсім представники готельно-ресторанного бізнесу, кав'ярні та гастрономічні заклади, салони краси, магазини одягу та взуття, барбершопи, студії фітнесу та йоги, локальні виробники харчових продуктів і декоративних товарів.

Другу групу потенційних клієнтів формують особисті бренди, серед яких блогери, тренери, фотографи, організатори заходів, художники, репетитори та спікери. Розвиток персонального бренду напряму залежить від якості презентації себе та своїх продуктів у мережі, тому попит на короткі відео-формати в цьому сегменті стабільно зростає.

Третьою групою клієнтів можна вважати організації соціального спрямування: освітні заклади, громадські ініціативи, культурні простори. Для них відео слугує інструментом поширення соціально важливої інформації та залучення аудиторії до подій і проектів. Залучення цього сегмента забезпечить додаткове навантаження студії, а також підвищить її впізнаваність на ринку.

Основні мотиви прийняття рішення про співпрацю включають:

- якість та креативність відео-матеріалів, що формують позитивне враження про бренд;
- доступну цінову політику, яка особливо важлива для малого бізнесу у регіоні;
- швидкість виробництва контенту, адже рекламні кампанії часто мають дуже стислі строки;
- індивідуальний підхід і можливість комплексного обслуговування (знімання + монтаж + просування);
- особистий контакт з виконавцями, що є важливим фактором довіри у невеликих містах;
- гнучкість формату та адаптація до вимог соціальних мереж.

Географічно ключовими споживачами виступають підприємства Тернополя, проте у перспективі можливе розширення збуту у сусідніх містах — Львові, Івано-Франківську, Хмельницькому — завдяки онлайн-комунікації, ефективним кейсам та розвитку портфоліо компанії.

Загалом цільовий ринок характеризується значним потенціалом зростання, оскільки рівень цифровізації локального бізнесу підвищується, а відеоконтент стає центральним елементом сучасних маркетингових стратегій. Це забезпечує стійкий попит на послуги PixelPulse Media та зменшує ризики виходу нової компанії на ринок.

Ринок відеореklamних послуг у Тернополі належить до сегментів, що активно розвиваються під впливом цифрової трансформації бізнесу та зміни поведінки споживачів. За оцінками українських аналітичних ресурсів, витрати підприємств малого й середнього бізнесу на digital-рекламу щороку зростають у середньому на 10–15 %, а частка відеоконтенту в рекламних бюджетах перевищує 40 %. Ринок локальних послуг з виробництва відео у місті складається переважно з приватних відеографів та студій, орієнтованих на заходи (весілля, корпоративи). Сегмент комерційного відеопродакшну

залишається недостатньо насиченим, що створює вільну нішу для виходу нового підприємства.

Географічно основним ринком є м. Тернопіль, де функціонує близько 7 тисяч активних ФОП і компаній малого й середнього бізнесу, більшість із яких працюють у сферах, що безпосередньо використовують маркетингову комунікацію для залучення клієнтів: торгівля, послуги, HoReCa, фітнес та індустрія краси. Розширення бізнес-активності в регіоні є позитивним фактором для зростання попиту на послуги PixelPulse Media.

Серед ключових тенденцій розвитку ринку варто виділити:

- домінування соціальних мереж як основного каналу збуту, що потребує регулярного створення коротких динамічних відео;
- зростання кількості мобільного контенту — вертикальні відео стають стандартом взаємодії з аудиторією;
- автоматизація та цифрова аналітика — компанії очікують конкретних показників ефективності просування;
- орієнтація на локальні бренди — бізнеси все частіше прагнуть показати свою унікальність для місцевої спільноти;
- зростання попиту на відео з мінімальним бюджетом, але високою креативністю та швидкими термінами.

Сезонність ринку проявляється у збільшенні кількості замовлень у такі періоди:

- перед літнім сезоном (активізація туристичних та HoReCa-послуг);
- перед новорічними й осінніми маркетинговими кампаніями;
- у періоди розпродажів і промо-акцій (Black Friday, весняні оновлення колекцій).

У літній період попит може дещо знижуватися для окремих сегментів, натомість сфера послуг і гастрономії, навпаки, найбільш активна.

Прогноз щорічного зростання ринку відеоконтенту в регіоні становить 10–20 %, що відповідає загальноукраїнським тенденціям digital-сектора. До факторів, які підтримують це зростання, належать:

- цифровізація малого бізнесу;
- постійне оновлення форматів соцмереж (Reels, Shorts, TikTok-контент);
- розширення рекламних можливостей платформ із використанням відео;
- зростання конкуренції між підприємствами за увагу споживачів;
- доступність техніки та програмного забезпечення для відеовиробництва.

Таким чином, ринок, на який виходить PixelPulse Media, має суттєвий потенціал розвитку, чіткі тенденції зростаючого попиту й порівняно низьку концентрацію спеціалізованих гравців. Це мінімізує ризики входу та створює перспективні можливості для масштабування бізнесу в майбутньому.

Ринок відеопродакшну в м. Тернополі на сьогодні представлений переважно студіями, що спеціалізуються на зйомці урочистих подій, весіль, фотосесій та корпоративних свят. Комерційний відеоконтент для бізнесу займає менш значну частку в їхній діяльності, тому попит на рекламні ролики для digital-просування залишається частково незадоволеним. Серед основних конкурентів можна виокремити такі компанії:

- MediaGroup Ternopil — займається універсальними послугами відеозйомки, проте фокус — на весільних і постановочних подіях;
- ShotTime Video Production — пропонує рекламні відео, але вищий ціновий сегмент та триваліші строки монтажу;
- Studio Vision — орієнтація на презентаційні та іміджеві ролики, проте не на регулярний контент для соцмереж;
- Приватні відеографи — низькі ціни, але відсутність комплексного підходу (монтаж, сценарій, SMM).

Основними перевагами існуючих гравців є: досвід на ринку, сформовані портфоліо, професійне обладнання. Проте вони здебільшого працюють за застарілою моделлю «довгого відео» без оптимізації під алгоритми соцмереж, що знижує ефективність рекламної комунікації для клієнтів роздрібного бізнесу.

Наявні студії також не пропонують регулярного обслуговування або абонентських пакетів відеоконтенту, що створює розрив між потребою

замовників у постійній присутності в інформаційному полі та можливостями на ринку.

Таким чином, хоча конкуренція на ринку відеопослуг у Тернополі є присутньою, вона недостатньо адаптована під сучасні вимоги бізнесу. Це відкриває стійку нішу для PixelPulse Media, яка робить акцент на швидкості виробництва, оптимізації для digital-платформ та комплексному супроводі клієнтів — саме тих факторах, що визначають успіх сучасної рекламної діяльності.

Завдяки орієнтації PixelPulse Media на вузьку нішу digital-відеореклами для соціальних мереж, студія має сильні позиції для входу на локальний ринок. Унікальними чинниками, що формують конкурентну перевагу, є швидкість виробництва, доступна та гнучка цінова політика, комплексний підхід (зйомка + сценарій + SMM-супровід), а також креативна адаптація контенту під алгоритми TikTok, Instagram і YouTube Shorts. Саме ці характеристики сьогодні визначають ефективність рекламної комунікації малих та середніх підприємств Тернополя.

Ринок м. Тернополя включає близько 7 тисяч бізнес-одиниць малого й середнього підприємництва. З них орієнтовно 15 % є активними замовниками відеореklamного контенту або готові до його регулярного використання. Таким чином, цільова ринкова місткість оцінюється приблизно у 1000 потенційних клієнтів.

Студія як новий гравець не може претендувати на швидку монополізацію ринку, тому прогноз ґрунтується на помірному зростанні: від мінімального старту до стабільного завантаження протягом двох років діяльності.

Припущення для прогнозу:

- середня кількість замовлень на одного клієнта — 1–2 відео на місяць;
- середня вартість одного відеоролика — 4 000 грн (коротке рекламне відео з базовим пост-продакшном);
- темп приросту клієнтської бази — 5–7 нових клієнтів щомісяця;
- сезонні коливання не знижують річний приріст продажів.

На підставі цих припущень розроблено прогноз обсягів реалізації.

Таблиця 1 - Прогноз збуту PixelPulse Media на 2025–2026 рр.

Показник	2025 рік	2026 рік
Орієнтовна кількість клієнтів (річна)	45	90
Середня кількість відео на одного клієнта, шт.	10	12
Загальний обсяг реалізації, відео/рік	450	1080
Середня ціна 1 відео, грн	4 000	4 200
Дохід від реалізації, грн	1 800 000	4 536 000
Прогнозована частка ринку, %	4,50%	9%

Перший рік передбачає період активного просування бренду студії, співпраці з лідерами думок, формування портфолію та залучення перших постійних клієнтів. Другий рік — масштабування завдяки підвищенню впізнаваності, рекомендаціям, участі у локальних бізнес-івентах та впровадженню абонентських відеопакетів.

Отже, генерування понад 4,5 млн грн доходу вже на другий рік діяльності вважається реалістичною ціллю за рахунок доступного продукту, значного незадоволеного попиту та низької конкуренції у сегменті спеціалізованого digital-відеопродакшну на ринку Тернополя.

1.3. Маркетинговий план

Маркетингова стратегія компанії PixelPulse Media сформована на основі оцінки цільової аудиторії, ринкових тенденцій та рівня конкуренції у м. Тернополі. Основою стратегії є фокус на бізнес-клієнтах малого та середнього сегменту, які потребують регулярного створення відеоконтенту для соціальних мереж і прагнуть підвищити конкурентоспроможність через покращення цифрової комунікації.

Головний принцип маркетингової філософії компанії полягає в тому, що відео є не просто творчим продуктом, а інструментом отримання реального бізнес-результату: зростання впізнаваності, залучення нових клієнтів, підвищення продажів. Тому PixelPulse Media акцентує увагу на формуванні

довгострокових відносин із клієнтами через регулярне обслуговування, персоналізовані рішення й вимірюваність ефективності кожного проєкту.

Початкові інтенсивні промоції збуту будуть спрямовані на такі групи:

- 1) підприємства HoReCa (кафе, ресторани, бари), які активно змагаються за увагу локального споживача;
- 2) косметологічні салони, салони краси, barbershop-сегмент, де регулярний контент визначає привабливість бренду;
- 3) роздрібні магазини моди, фуд-ретејлу, побутових товарів, які потребують рекламних постів у соцмережах;
- 4) особисті бренди — блогери, інфлюенсери, тренери, репетитори.

Для цих груп буде впроваджено спеціальні пропозиції: знижені старти тарифів, портфоліо-зйомки, участь у крос-промоційних проєктах, бартерні співпраці з блогерами для швидкого формування іміджу та демонстрації якості.

На другому етапі маркетингової експансії зусилля будуть переміщені на групи з більшим бюджетом і потенціалом масштабності співпраці: IT-компанії, маркетингові агентства як аутсорсингові підрядники; освітні платформи та культурні інституції; підприємства з можливістю регіонального та національного просування свого продукту.

Водночас PixelPulse Media буде розвивати бренд-позиціонування як студії, що створює контент:

- швидко (3–5 днів виробництва),
- креативно та технологічно,
- за розумною ціною,
- із вимірюваним ефектом.

Таким чином, стратегія компанії ґрунтується на принципі: «Спочатку — швидке охоплення активного малого бізнесу, згодом — масштабування співпраці з більшими гравцями».

Це забезпечує стабільний потік замовлень, нарощує портфоліо та дає можливість поступово зайняти стійкі позиції у секторі digital-відеопродакшну регіону, реагуючи на потреби ринку й зміни в споживчій поведінці.

Політика ціноутворення компанії PixelPulse Media базується на необхідності одночасно забезпечити доступність для малого бізнесу та отримання достатньої маржі для розвитку підприємства. Вихід на ринок зумовлює використання стратегії проникнення, що дозволяє швидко сформувати клієнтську базу, отримати рекомендації та розширити впізнаваність бренду.

Ціна формуватиметься з урахуванням собівартості виробництва відео (робота виконавців, обладнання, локації); рівня цін конкурентів у регіоні; складності проєкту та термінів; цінності результату для клієнта (маркетинговий ефект); обсягу замовлення (разова чи регулярна співпраця); потреби в адаптації під соцмережі та рекламу.

Студія пропонуватиме структуровану сітку цін, що відповідає трьом рівням проєктів:

Basic — короткі ролики до 30 секунд для соцмереж. Орієнтовна вартість: 3 000–4 000 грн. Включає зйомку 1–2 кадрів, базовий монтаж, музичний супровід.

Standard — рекламні відео з креативною концепцією. Вартість: 6 000–10 000 грн. Включає сценарій, розширена зйомка, кольорокорекція, графічні елементи.

Premium — стильові промо та бренд-відео. Вартість: 15 000–30 000 грн. Включає повноцінне продакшн-планування, робота з акторами, анімація та складний монтаж

Для клієнтів малого бізнесу пропонуватимуться рекламні пакети за абонентською моделлю:

- 1) Пакет «Start»: 4 ролики/місяць — 12 000 грн
- 2) Пакет «Growth»: 8 роликів/місяць + SMM-супровід — 22 000 грн

Таке рішення є ключовою конкурентною перевагою, адже більшість студій у Тернополі працюють виключно з разовими замовленнями.

Таким чином, PixelPulse Media виходить на ринок з конкурентними цінами нижчими на 20–50 %, що дозволить швидко залучити клієнтів і сформувати попит. Надалі, із ростом лояльності аудиторії та розширенням портфоліо,

планується поступове підвищення цін на 5–10 % щорічно без втрати клієнтської бази.

Стратегія ціноутворення забезпечує:

- швидке проникнення на ринок;
- формування довгострокових відносин із клієнтами;
- стійку рентабельність бізнесу навіть у стартовий період.

Для залучення цільової аудиторії та формування пізнаваності бренду PixelPulse Media застосуватиме комплекс заходів комунікації, що поєднує цифрові рекламні інструменти, партнерські активності та прямий маркетинг. Основний акцент робитиметься на digital-просуванні, адже саме в онлайн-середовищі найактивніше приймають рішення підприємства малого і середнього бізнесу.

Ключові інструменти промоції:

- Таргетована реклама у соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok) із локальним геотаргетом на м. Тернопіль та область;
- Власні соцмережі студії — регулярний публікаційний план (портфоліо, закулісні відео, відгуки, кейси), 3–5 постів щотижня;
- Офіційний сайт із SEO-просуванням і лендінгом для подачі заявки;
- Співпраця з блогерами та мікроінфлюенсерами за принципом бартеру або партнерських договорів;
- Спонсорство та участь у локальних бізнес-подіях (startup-meetups, NoReCa фестивалі, бізнес-сніданки);
- Система рекомендацій: знижка 10 % за приведеного клієнта;
- Email- та месенджер-розсилки для підтримки контакту з клієнтами та повторних продажів.

Перші місяці діяльності промоція проводитиметься з особливою інтенсивністю для швидкого формування впізнаваності бренду.

План рекламної активності на 6 стартових місяців наведено в таблиці 2.

Таблиця 2 - Графік та бюджет рекламних заходів на стартовий період

Місяць	Канал просування	Опис активності	Орієнтовні витрати, грн
1	Таргетована реклама	Залучення перших клієнтів, тест оголошень	8 000
2	Соцмережі + блогери	Регулярний контент + 2 колаборації	6 000
3	Події та партнерства	Участь у локальному бізнес-івенті	7 000
4	Реклама + SEO	Підсилення таргету + оптимізація сайту	10 000
5	Прямі продажі	Email-кампанії, комерційні пропозиції	4 000
6	Підтримуюча реклама	Промо найефективніших кейсів	6 000

Разом за 6 місяців: 41 000 грн

Бюджет є контрольованим і повертається за рахунок продажу всього 10 рекламних роликів зі середньою ціною 4 000 грн. Таким чином, рекламна активність окупається вже в перші 2–3 місяці.

Комунікаційна стратегія PixelPulse Media спрямована на швидке створення довіри до бренду через демонстрацію реальних результатів і кейсів; роботу з місцевими лідерами думок; активну присутність у digital-просторі; підтримку повторних звернень та рекомендацій.

Це дозволить студії стабільно збільшувати клієнтську базу, посилювати ринкові позиції та забезпечувати цільовий темп зростання реалізації.

1.4. Операційний план

Для започаткування діяльності відео-контент студії PixelPulse Media розглядається оренда приміщення у центральній частині м. Тернополя, що забезпечить зручність як для команди, так і для клієнтів. У центрі зосереджена значна частина підприємств малого та середнього бізнесу — кав'ярні, салони краси, магазини, студії здоров'я, офіси сервісних компаній, тобто саме ті організації, які формують основний попит на рекламний відеоконтент. Вибір

такої локації дозволить студії швидко встановити контакти з потенційними замовниками, проводити робочі зустрічі й презентації у комфортних умовах та оперативно реагувати на потреби ринку.

Приміщення площею близько 45–60 м² планується облаштувати таким чином, щоб забезпечити повний цикл виробництва відео: від створення ідей і сценаріїв до монтажу та презентації кінцевого продукту. У структурі простору буде передбачена невелика знімальна зона з належним освітленням і технічним оснащенням, окреме робоче місце для обробки відео та перегляду матеріалів разом із клієнтами. Однією з важливих вимог до приміщення є можливість якісної звукоізоляції, яка дозволить проводити запис звуку та уникати сторонніх шумів під час зйомки в студії.

Перевагою розміщення у центральному районі є також хороша транспортна доступність: клієнти зможуть швидко дістатися до студії як громадським транспортом, так і автомобілем. Окрім того, локація у центрі сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства, адже присутність у діловому й туристичному осередку міста підсвідомо підкреслює професійність і надійність бренду. Важливим чинником є і близькість до коворкінгів, кав'ярень та публічних просторів, які часто використовуються як локації для зйомок, що дозволить скоротити витрати часу і транспорту.

Разом із тим оренда приміщення у центрі має і певні недоліки, серед яких вища вартість користування площею та потреба у додатковому технічному облаштуванні, зокрема поліпшенні акустичних характеристик і підсиленні електромережі для підключення професійного обладнання. Проте, з огляду на стратегічну важливість доступності студії для замовників та позитивний вплив престижного розташування на формування довіри на ранньому етапі розвитку компанії, ці витрати є виправданими та обґрунтованими.

Таким чином, обране місце розташування не лише забезпечує PixelPulse Media вигідну позицію для привернення уваги клієнтів, а й створює сприятливі умови для реалізації творчих та операційних завдань компанії. Центр міста

розглядається як оптимальний варіант для старту і подальшого розширення бізнесу з можливістю масштабування у майбутньому.

Для організації повного циклу виробництва відеоконтенту PixelPulse Media планує орендувати приміщення ще на етапі підготовки бізнесу до запуску, тобто за один–два місяці до початку операційної діяльності. Одразу після укладання договору оренди буде проведено мінімально необхідну перебудову простору: облаштування знімальної зони з відповідним освітленням і тлом, та окремої робочої частини для монтажу й обговорення проєктів з клієнтами. Основний акцент буде зроблений на створенні функціонального й технічно оснащеного простору, який забезпечить високу якість зйомки та стабільність роботи обладнання.

Планування приміщення передбачає виділення зони для студійної зйомки площею приблизно 20–30 м². Тут буде встановлено фонову систему з можливістю швидкої заміни бекграундів, а також розташоване світлове обладнання. Решта приміщення використовуватиметься як офісно-монтажний простір зі звукоізоляційними матеріалами для уникнення відлуння й сторонніх шумів. Такі технічні зміни не потребують капітального будівництва, а лише косметичних робіт, які можна виконати протягом двох тижнів після отримання доступу до площі.

Закупівля обладнання також запланована в стартовий період і включатиме професійну відеокамеру, комплект студійного освітлення, монтажні комп'ютерні станції та базові аксесуари. Орієнтовна вартість технічного оснащення становить приблизно 150–200 тис. грн, залежно від вибору моделі камер і можливості часткової оренди техніки на окремі проєкти. Найважливішою складовою є комп'ютери з високою обчислювальною продуктивністю, адже від швидкості монтажу безпосередньо залежить рентабельність студійної діяльності.

Закупівля обладнання, за планом, проводитиметься одразу після затвердження бюджету та підписання угоди оренди приміщення, а введення студії в експлуатацію може відбутися вже через місяць після старту ремонту.

Таким чином, підготовчий етап є досить коротким і не потребує значних будівельних інвестицій, що дозволяє розпочати роботу компанії у стислі терміни й одразу зосередитися на створенні портфоліо та залученні клієнтів.

Створення такого організованого робочого простору забезпечить оптимальні умови для виробництва відеоконтенту, сприятиме продуктивності команди та формуватиме позитивне враження у клієнтів, які матимуть можливість особисто переконатися в професійному підході PixelPulse Media. Це є важливим кроком на шляху становлення студії на локальному ринку та формування впізнаваного медіабізнесу в Тернополі.

Процес виробництва відеоконтенту в PixelPulse Media базується на поетапному проходженні усіх складових креативного циклу — від формування ідеї до здачі готового матеріалу клієнту. На початковому етапі відбувається детальне узгодження завдання: команда вивчає особливості бізнесу замовника, розробляє концепцію відеоролика, визначає формат, тривалість і ключові меседжі. Це дозволяє створити сценарій, який не тільки відповідає маркетинговим цілям, а й відображає характер бренду клієнта. Після погодження сценарію переходять до організації знімального процесу, який передбачає вибір локацій, підготовку обладнання та налаштування освітлення й звуку.

Зйомка здійснюється у студійному приміщенні або на території клієнта, залежно від задуму та технічних вимог. Сировинним матеріалом у цьому випадку є відео- й аудіозаписи, які безпосередньо впливають на кінцеву якість готового продукту. Тому особливе значення надається добору сучасного обладнання та професійному підходу з боку оператора під час фільмування. Після завершення знімального етапу розпочинається монтаж — найбільш трудомістка частина роботи, що поєднує технічну точність і творче бачення. Монтаж включає кольорокорекцію, роботу зі звуком, графічні вставки, субтитрування та адаптацію ролика під різні платформи соціальних мереж.

Контроль якості є невіддільним елементом кожного етапу виробничого процесу. Внутрішнє переглядання матеріалів здійснюється перед кожним проміжним етапом узгодження із замовником. Основними критеріями оцінки є

чіткість і стабільність відеоряду, коректність передачі кольору, відповідність темпу й стилю ролика до сучасних трендів контенту, а також ефективність донесення ключового повідомлення продукту або бренду. Постійний аналіз відгуків клієнтів і реакції аудиторії на опубліковані ролики дозволяє удосконалювати технічні та креативні підходи.

Оскільки PixelPulse Media працює із цифровими матеріалами, питання інвентаризації має специфічний характер. Уся відзнята сировина систематизується у власному сховищі даних із регулярним резервним копіюванням. Технічне обладнання ведеться на балансі підприємства і контролюється відповідальною особою. Такий підхід забезпечує належний рівень енерговитривалості техніки й мінімізує ризики збоїв під час виконання замовлень. Крім того, компанія планує періодичне оновлення обладнання та програмного забезпечення, що є необхідним для підтримання конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, стратегія операційної діяльності PixelPulse Media спрямована на поєднання високих стандартів якості та гнучкості у виконанні замовлень. Чітка організація виробничих процесів, постійний контроль результатів та грамотне зберігання і використання технічних ресурсів створюють основу для успішного функціонування студії в умовах зростаючих вимог ринку відеоконтенту.

Ефективна діяльність PixelPulse Media передбачає наявність кваліфікованої команди, здатної забезпечити повний цикл створення відеоконтенту — від задуму до публікації. На початковому етапі розвитку бізнесу штат буде оптимізованим, однак достатнім для виконання всіх ключових функцій без втрати якості. Передбачається, що засновник компанії одночасно виконуватиме роль керівника проєктів і маркетолога, оскільки він володіє необхідними організаційними компетенціями, знанням ринку та навичками комунікації з клієнтами. Технічну сторону роботи забезпечуватиме оператор-монтажник, відповідальний за зйомку, обробку матеріалів, налаштування обладнання й дотримання стандартів якості.

З огляду на сучасні тенденції контент-ринку важливо, щоб команда могла гнучко працювати з різними форматами — від рекламних роликів і відеофото для e-commerce до коротких креативних відео для TikTok чи Reels. У випадках, коли проєкт потребуватиме залучення додаткових компетенцій, таких як розробка анімації, професійний копірайтинг чи озвучення голосом, PixelPulse Media планує співпрацювати із фриланс-спеціалістами. Така модель зменшує постійні витрати й дозволяє масштабувати команду відповідно до фактичного навантаження.

На етапі запуску бізнесу працівники мають базову професійну підготовку, проте для підвищення конкурентоспроможності компанія передбачає постійний розвиток компетенцій персоналу. Зокрема, планується проходження короткострокових онлайн-курсів із відеомонтажу, кольорокорекції, аудіообробки та сценарної роботи, а також участь у локальних семінарах і воркшопах для креативної індустрії. Це дозволить підтримувати актуальність знань і використовувати найновіші інструменти та технології.

Важливою складовою кадрової політики є формування комфортних і мотивуючих умов праці. Гнучкий графік, креативне робоче середовище та можливість професійного пошуку сприятимуть залученню молодих і талановитих фахівців, які прагнуть реалізовувати свої ідеї через відео. Такий підхід дозволить студії створити сильну команду, здатну забезпечити високу якість послуг та підтримувати сталий розвиток бізнесу.

Таким чином, на початковому етапі PixelPulse Media розраховує на компактну, але професійну команду, яка завдяки власним навичкам і системній підтримці розвитку спеціалістів зможе відповідати вимогам клієнтів і успішно конкурувати на ринку відеопродакшну Тернополя.

1.5. Управлінська команда

Успіх відео-контент студії PixelPulse Media значною мірою залежить від кваліфікації та узгодженої роботи управлінської команди, яка забезпечує

стратегічне бачення розвитку бізнесу, ефективний розподіл ресурсів і високу якість послуг. На стартовому етапі до складу ключового персоналу входять дві основні управлінські ролі, що покривають як креативну, так і бізнесову частину проєкту.

Функції керівника проєктів виконує засновник компанії. Він несе відповідальність за стратегічне планування, організацію роботи команди, формування партнерських зв'язків та комунікацію з клієнтами на всіх етапах співпраці — від надходження замовлення до його повного виконання. Досвід роботи у сфері маркетингу та цифрових комунікацій, а також практичні навички управління брендом дозволяють ефективно аналізувати потреби ринку, визначати конкурентні переваги студії та вибудовувати довгострокові клієнтські відносини. Керівник також відповідає за формування бюджету, контроль витрат та впровадження рішень, що сприяють стабільному зростанню бізнесу.

Другим ключовим спеціалістом є оператор-монтажник, який відповідає за творчо-технічну складову виробництва відеоконтенту. Він здійснює професійну зйомку, налаштовує світло і звук, а також виконує монтаж, кольорокорекцію, аудіообробку й підготовку роликів для публікації на різних платформах. Наявність профільної освіти у сфері медіавиробництва та портфоліо реалізованих проєктів підтверджують його здатність створювати якісний контент, адаптований під сучасні формати TikTok, Instagram, Facebook та YouTube. Оператор-монтажник також залучений до розроблення сценаріїв і візуальної концепції роликів, що підвищує цілісність творчих рішень.

У разі збільшення обсягів замовлень команда розширюватиметься за рахунок фахівців вузького профілю — копірайтерів, моушн-дизайнерів, звукорежисерів, менеджерів зі взаємодії з блогерами та рекламних спеціалістів. На початковому етапі їх участь передбачена на умовах аутсорсингу, що дозволяє гнучко планувати кадрові витрати й адаптувати ресурси до потреб конкретних проєктів.

Таким чином, управлінська команда PixelPulse Media поєднує підприємницькі та креативні компетенції, володіє достатнім досвідом і

мотивацією для реалізації бізнес-стратегії та забезпечення високої якості послуг. Така структура дозволяє студії впевнено виходити на ринок Тернополя, ефективно конкурувати та поступово нарощувати свій потенціал без надмірних організаційних витрат.

На початковому етапі розвитку PixelPulse Media система оплати праці управлінської команди формується з урахуванням фінансових можливостей нового бізнесу та потреби у стабільній мотивації працівників. Засновник компанії, який поєднує функції керівника проєктів і маркетолога, отримуватиме щомісячну базову винагороду у розмірі 18 000 грн. Такий рівень доходу є оптимальним для періоду становлення студії й дозволяє зберегти ресурси для операційних процесів і рекламної активності. Після виходу на заплановані обсяги виробництва та формування стабільного прибутку ця оплата буде збільшена до 22 000 грн. Додатково керівник матиме преміальну частку: 5 % від чистого прибутку за умови виконання місячних цільових показників.

Оператор-монтажник, який забезпечує технічне виробництво відеоконтенту, отримуватиме 16 000 грн на місяць зі старту діяльності. У структурі його оплати також передбачена стимулююча складова: за участь у проєктах зі збільшеним обсягом робіт або скороченими термінами виконання передбачені додаткові доплати у межах 2 000–5 000 грн на проєкт. Такий підхід дозволяє прив'язати рівень доходу працівника до фактичного результату його праці та забезпечити справедливую оцінку вкладених зусиль.

На перших пів року діяльності власник не передбачає отримання дивідендів як акціонер бізнесу, оскільки чистий прибуток планується реінвестувати в розвиток компанії. У середньостроковій перспективі з переходом студії до стабільного щомісячного обороту понад 120 000 грн можливий перегляд системи винагороди та встановлення дивідендних виплат власнику в межах 10–15 % чистого прибутку щоквартально.

Таким чином, структура оплати управлінського персоналу PixelPulse Media забезпечує розумний баланс між економією коштів на стартовому етапі й матеріальною зацікавленістю ключових фахівців у зростанні компанії.

Поєднання фіксованої частини та змінних бонусів відповідає специфіці креативного бізнесу та сприяє ефективній роботі команди на конкурентному ринку відеопродакшну Тернополя.

6. Фінансовий план

Фінансовий план PixelPulse Media формується за рахунок власного капіталу засновника, що забезпечує незалежність від зовнішніх кредитних ресурсів та гнучкість у прийнятті управлінських рішень. Загальний обсяг стартових інвестицій становив 275 000 грн, які були спрямовані на закупівлю обладнання, облаштування студії та покриття витрат на початковому етапі діяльності.

У структурі витрат найбільшу частку займають оплата праці та витрати на приміщення, що формує значну операційну базу. Саме тому перші сім місяців діяльності характеризуються збитковістю. Виходячи на ринок у період високої конкуренції, компанія зосередилася на формуванні портфоліо, активній маркетинговій роботі та залученні довгострокових клієнтів. Це зумовило поступове, але стабільне зростання виручки.

Позитивний прибуток до оподаткування вперше зафіксовано у 8-му місяці, а подальший період демонструє чітку тенденцію до нарощення дохідності. У підсумку за рік отримано негативний фінансовий результат у розмірі –59 805 грн, що відповідає типовій для малого бізнесу моделі виходу на окупність протягом 12–18 місяців.

Важливо відзначити, що вже з другої половини року підприємство працює із зростаючою операційною рентабельністю: чистий прибуток у 12-му місяці становив 131 005 грн, що створює основу для накопичення оборотного капіталу та подальшого розвитку.

Точка беззбитковості

Розрахунок за фактичними даними:

- валова маржа — 66,7 %

- середні операційні витрати — 136 876 грн/міс
- break-even: $136\,876 / 0,667 = 205\,000$ грн виручки на місяць

Цей показник співпадає із фактичним виходом на беззбитковість із 7–8-го місяця, коли виручка перевищує 206 000 грн та забезпечує покриття всіх витрат.

Таким чином, бізнес-модель PixelPulse Media є життєздатною: незважаючи на збитковий перший рік, підприємство демонструє стійкий тренд до зростання прибутковості, а сформована клієнтська база й активна маркетингова стратегія створюють умови для масштабування та підвищення рентабельності в подальшому.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПРОЕКТУ

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ПОДІЇ													
Свята	-	-	3 000,00	-	-	-	2 000,00	-	-	-	4 000,00	6 000,00	15 000,00
Особливі (визначні) дні	-	-	-	-	-	-	1 000,00	-	-	-	-	-	1 000,00
Події місцевого значення	-	-	-	-	-	2 000,00	-	-	-	-	-	-	2 000,00
Сезонні події	-	-	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	10 000,00
Методи (канали) просування													
Тартована реклама (SMA)	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	7 000,00	7 000,00	6 000,00	6 000,00	8 000,00	10 000,00	74 000,00
PPC	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	-	-	-	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	9 000,00
SEO	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	38 000,00
Телебачення	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
SMM	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	6 000,00	6 000,00	58 000,00
Поліграфічна реклама продукція	-	-	500,00	500,00	-	500,00	-	500,00	-	-	500,00	1 000,00	3 500,00
Демонстраційні заходи	-	-	-	-	-	2 000,00	2 000,00	-	-	-	-	3 000,00	7 000,00
Радіо	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Робота з блогерами	-	-	-	-	-	-	4 000,00	4 000,00	-	-	5 000,00	5 000,00	18 000,00
Візитні картки	-	-	-	-	1 000,00	-	-	-	-	-	-	-	1 000,00
Рекламна продукція	-	-	-	-	-	-	-	1 500,00	-	-	-	-	1 500,00
Безкоштовні зразки продукції	-	-	-	-	2 000,00	-	2 000,00	-	-	-	2 000,00	-	8 000,00
Банери/ Рекламні щити (зовнішня реклама)	-	-	-	3 000,00	-	-	3 000,00	-	-	3 000,00	-	-	9 000,00
Інші заходи з просування (вказати які)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Всього витрати	13 000,00	13 000,00	13 500,00	16 500,00	15 000,00	14 500,00	26 000,00	22 000,00	15 000,00	18 000,00	25 500,00	29 000,00	221 000,00

Рис. 1. Календар та бюджет на рекламу та промо-акції

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Оренда земельної ділянки	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	240 000,00
Податки та інші платежі	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6 000,00
Ремонтні роботи/ обслуговування	-	-	3 000,00	-	-	-	-	3 000,00	-	-	-	-	6 000,00
Страховання	-	-	-	-	8 000,00	-	-	-	-	-	-	-	8 000,00
Електрика	1 200,00	1 200,00	1 300,00	1 500,00	1 700,00	1 800,00	2 000,00	1 800,00	1 600,00	1 400,00	1 300,00	1 200,00	18 000,00
Опалення	3 000,00	3 000,00	2 000,00	-	-	-	-	-	-	-	2 000,00	3 000,00	13 000,00
Водопостачання/ каналізація	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7 200,00
Телефон (базова оплата)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
Лампочки, мичі засоби тощо	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3 600,00
Інше: охорона земельної ділянки	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	12 000,00
Всього витрати	27 000,00	27 000,00	29 100,00	24 300,00	32 500,00	24 600,00	24 800,00	27 600,00	24 400,00	24 200,00	26 100,00	27 000,00	318 600,00

Рис. 2. Витрати на приміщення (будівлю)

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Товар/ Послуга Категорія №1 Рекламні ролики Basic (до 30 сек)													
Продано одиниць	2,00	5,00	5,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	20,00	20,00	25,00	30,00	167,00
Ціна за 1	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00
Сума продажу	7 000,00	17 500,00	17 500,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	52 500,00	52 500,00	70 000,00	70 000,00	87 500,00	105 000,00	584 500,00
Товар/ Послуга Категорія №2 Рекламні ролики Standard													
Продано одиниць	2,00	2,00	5,00	5,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	20,00	25,00	134,00
Ціна за 1	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00
Сума продажу	14 000,00	14 000,00	35 000,00	35 000,00	70 000,00	70 000,00	70 000,00	105 000,00	105 000,00	105 000,00	140 000,00	175 000,00	938 000,00
Товар/ Послуга Категорія №3 Преміум-проекти (brand / іміджеві відео)													
Продано одиниць	0,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	32,00
Ціна за 1	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00
Сума продажу	0,00	18 000,00	18 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	90 000,00	90 000,00	90 000,00	90 000,00	576 000,00
Товар/ Послуга Категорія №4 Абонентські пакети («Start», «Growth»)													
Продано одиниць	0,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	31,00
Ціна за 1 кг, середня	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00
Сума продажу	0,00	16 000,00	16 000,00	16 000,00	32 000,00	32 000,00	48 000,00	48 000,00	48 000,00	80 000,00	80 000,00	80 000,00	496 000,00
Разом усіх товарів	21 000,00	65 500,00	86 500,00	122 000,00	173 000,00	173 000,00	206 500,00	241 500,00	313 000,00	345 000,00	397 500,00	450 000,00	2 594 500,00

Рис. 3. Прогноз продаж

Фірма з надання послуг	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Категорія 1: Продано один. товару	2,00	5,00	5,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	20,00	20,00	25,00	30,00	167,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Транспортні витрати	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Реквізит, оренда локацій	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Інші прямі витрати (музика, столи, харчування команди, дрібні витрати)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Всього витрати на один. товару	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00
Категорія 1: Всього Витрати	2 400,00	8 000,00	8 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	18 000,00	18 000,00	24 000,00	24 000,00	30 000,00	38 000,00	200 400,00
Категорія 2: Продано один. товару	2,00	2,00	5,00	5,00	10,00	10,00	10,00	15,00	15,00	15,00	20,00	25,00	134,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00	1 400,00
Транспортні витрати	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Реквізит, оренда локацій	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Інші прямі витрати (музика, столи, харчування команди, дрібні витрати)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Всього витрати на один. товару	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00	2 300,00
Категорія 2: Всього Витрати	4 600,00	4 600,00	11 500,00	11 500,00	23 000,00	23 000,00	23 000,00	34 500,00	34 500,00	34 500,00	46 000,00	57 500,00	308 200,00
Категорія 3: Продано один. товару	0,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	32,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00	3 600,00
Транспортні витрати	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Реквізит, оренда локацій	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00
Інші прямі витрати (музика, столи, харчування команди, дрібні витрати)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Всього витрати на один. товару	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00
Категорія 3: Всього Витрати	0,00	6 000,00	6 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	192 000,00
Категорія 4: Продано один. товару	0,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	31,00
Витрати на одиницю товару:													
Прямі витрати на оплату праці	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00
Транспортні витрати	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Реквізит, оренда локацій	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Інші прямі витрати (музика, столи, харчування команди, дрібні витрати)	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Всього витрати на один. товару	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00
Категорія 4: Всього Витрати	0,00	5 300,00	5 300,00	5 300,00	10 600,00	10 600,00	15 900,00	15 900,00	15 900,00	28 500,00	28 500,00	28 500,00	184 300,00
ВСЬОГО СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	7 000,00	21 900,00	28 800,00	40 800,00	57 800,00	57 800,00	88 800,00	80 400,00	104 400,00	116 000,00	132 600,00	160 000,00	884 900,00

Рис. 4. Собівартість реалізованої продукції (змінні витрати) - надання послуг

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Посада (позиція)													
ФОП: ЗП керівника + оператора	34 000,00	34 000,00	34 000,00	34 000,00	34 000,00	34 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	444 000,00
Бонус монтажника (разом із ЗП)	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	36 000,00
ФОП	37 000,00	37 000,00	37 000,00	37 000,00	37 000,00	37 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	480 000,00
ПДФО 18%	6 660,00	6 660,00	6 660,00	6 660,00	6 660,00	6 660,00	7 740,00	7 740,00	7 740,00	7 740,00	7 740,00	7 740,00	86 400,00
ВЗ 1,5%	555,00	555,00	555,00	555,00	555,00	555,00	645,00	645,00	645,00	645,00	645,00	645,00	7 200,00
ЄСВ 22%	8 140,00	8 140,00	8 140,00	8 140,00	8 140,00	8 140,00	9 460,00	9 460,00	9 460,00	9 460,00	9 460,00	9 460,00	105 600,00
Всього витрати	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	1 159 200,00

Рис. 5. Витрати на оплату праці

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
Витрати на приміщення (оренда + комунальні)	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	96 000,00
Транспортування/автомобіль	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	13 200,00
Плата за телефон/інтернет	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	7 800,00
Офісні матеріали, пошта	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6 000,00
Реклама/просування	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	84 000,00
Юридичні/бухгалтерські послуги	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	14 400,00
Ліцензії та дозволи	300,00	300,00	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	1 200,00
Страхування обладнання	900,00	0,00	0,00	0,00	900,00	0,00	0,00	0,00	900,00	0,00	0,00	0,00	2 700,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	7 200,00
Амортизація обладнання	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	24 000,00
Інші технічні витрати	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
Всього витрати	21 400,00	20 500,00	20 200,00	20 200,00	21 400,00	20 200,00	22 700,00	22 700,00	23 900,00	22 700,00	22 700,00	22 700,00	261 300,00

Рис. 6. Операційні витрати (без витрат на оплату праці)

Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації				
Активи, що підлягають амортизації	Вартість	Дата придбання	Корисна праця (місяців)	Місячна амортизація
Ноутбук для адміністративних задач	20 000,00	01.01.2025	36	555,56
Професійна камера (для створення контенту/фото послуг)	25 000,00	01.01.2025	36	694,44
Принтер та офісна техніка	8 000,00	01.01.2025	24	333,33
Загальна вартість капітального обладнання	53 000,00		Всього місячна амортизація	1 583,33
Вулики та інструмент не є капітальним обладнанням, бо коштують менше 1000 грн. Тому на них амортизацію не нараховано.				

Рис. 7. Капітальне обладнання та інші активи, що підлягають амортизації

Категорії витрат	Вартість
Придбання та установка капітального обладнання	54 584,00
Початковий запас рослин, хімії, сумішей, ґрунтів, горщиків, супутніх товарів	25 000,00
Юридичні / бухгалтерські послуги	3 000,00
Реєстрація, ліцензії, дозволи	4 500,00
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	8 000,00
Завдаток (оренда + комунальні платежі)	10 000,00
Реклама / промо-акції: вивіска, куток споживача	5 000,00
Резерв обігових коштів (1 місяць роботи)	15 000,00
Інше: агроволокно	2 000,00
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	3 500,00
Земельна ділянка (оренда/придбання стартовий платіж)	0,00
Інше: автомобіль (оренда на старт + страховка)	12 000,00
Всього початкові витрати	142 584,00

Рис. 8. Початкові витрати

Джерела фінансування	Сума
Власні кошти	75000,00
Позика є друзі	30000,00
Позика є родичів	20000,00
Грант	21584,00
З усіх джерел фінансування	146 584,00

Статті витрат	Сума
Земельна ділянка	0
Споруди / приміщення	0
Обладнання	54584
Початковий запас рослин, хімії, сумішей, ґрунтів, горщиків, супутніх товарів	25000
Юридичні послуги / Реєстрація	3000
Бухгалтерські послуги	0,00 (включено у консультації юриста)
Ліцензії та дозволи	4500
Ремонтні роботи: встановлення сигналізації	8000
Установка обладнання	0,00 (включено у вартість обладнання)
Завдатки	10000
Реклама	5000
Промо-акції	0,00 (включено є рекламу)
Обігові кошти на операційні витрати	15000
Інше: агроволокно	2000
Інше: інструменти, робочий одяг, рукавиці	3500
Інше: автомобіль (оренда на старт + страховка)	12000
Усі статті витрат	142 584,00
Початковий баланс грошових коштів	4 000,00

Рис. 9. Джерела фінансування та статті витрат

	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6	Місяць 7	Місяць 8	Місяць 9	Місяць 10	Місяць 11	Місяць 12	ВСЬОГО ЗА РІК
ДОХОД													
Валовий дохід	21 000,00	65 500,00	86 500,00	122 000,00	173 000,00	173 000,00	206 500,00	241 500,00	313 000,00	345 000,00	397 500,00	450 000,00	2 594 500,00
Валова собівартість реалізованої продукції (змін. витр.) (тип фірми В, П, РТ)	7 000,00	21 900,00	28 800,00	40 800,00	57 600,00	57 600,00	88 900,00	80 400,00	104 400,00	115 000,00	132 500,00	150 000,00	884 900,00
Валовий прибуток	14 000,00	43 600,00	57 700,00	81 200,00	115 400,00	115 400,00	137 600,00	161 100,00	208 600,00	230 000,00	265 000,00	300 000,00	1 729 600,00
Валовий прибуток (%)	0,00	0,00	0,00	0,00	66,71	66,71	66,63	66,71	0,00	0,00	0,00	0,00	66,66
ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ													
Оплата праці/податки за найманих	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	1 159 200,00
Витрати на приміщення	27 000,00	27 000,00	29 100,00	24 300,00	32 500,00	24 600,00	24 800,00	27 600,00	24 400,00	24 200,00	26 100,00	27 000,00	318 600,00
Транспортування/ автомобіль	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	13 200,00
Плата за використання телефону	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	7 800,00
Офісні витратні матеріали/ пошта	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	20,00	5 520,00
Реклама/ промо-акції	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	84 000,00
Юридичні/ бухгалтерські послуги	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	14 400,00
Ліцензії та дозволи	300,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	900,00
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	900,00	0,00	0,00	0,00	900,00	0,00	0,00	0,00	1 800,00
Безнадійні борги	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Відсотки за кредитами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Різне рукавиці, робочий одяг, пляшка для парників	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	1 000,00	700,00	2 000,00	0,00	700,00	700,00	700,00	8 300,00
Знос (амортизація)	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	24 000,00
Інші технічні витрати	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4 800,00
ВСЬОГО ОПЕРАЦІЙНІ ВИТРАТИ	128 855,00	128 855,00	130 855,00	126 855,00	134 955,00	128 855,00	143 345,00	147 445,00	143 445,00	142 745,00	144 845,00	145 085,00	1 642 520,00
Прибуток (збиток) до оподаткування	-114 855,00	-85 255,00	-72 955,00	-44 655,00	-19 555,00	-11 255,00	-5 745,00	13 655,00	65 155,00	87 255,00	120 355,00	154 935,00	87 080,00
Податки з ФОП (єдиний соціальний внесок, єдиний податок і військовий збір)	2 480,00	4 705,00	5 755,00	7 530,00	10 080,00	10 080,00	11 755,00	13 505,00	17 080,00	18 880,00	21 305,00	23 930,00	146 885,00
Прибуток (збиток) після оподаткування	-117 335,00	-89 960,00	-78 710,00	-52 185,00	-29 635,00	-21 335,00	-17 500,00	150,00	48 075,00	68 575,00	99 050,00	131 005,00	-59 805,00

Рис. 10. Звіт про прибутки та збитки (проект)

	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	МІСРЛь	ВСЬОГО ЗА РІК
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА ПОЧАТОК	4 000,00	-108 466,00	-181 910,00	-281 886,00	-304 120,00	-321 276,00	-330 130,00	-333 476,00	-317 420,00	-249 886,00	-180 210,00	-37 466,00	119 880,00			
ОТРИМАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ																
Від покупця (продажи)	21 000,00	65 500,00	86 500,00	122 000,00	173 000,00	173 000,00	206 500,00	241 500,00	313 000,00	345 000,00	397 500,00	450 000,00	2 594 500,00			
Від дебітора	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Кредити/ Позики	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Інвестиції	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Інше	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Всього отримання	21 000,00	65 500,00	86 500,00	122 000,00	173 000,00	173 000,00	206 500,00	241 500,00	313 000,00	345 000,00	397 500,00	450 000,00	2 594 500,00			
ПОЧАТКОВІ ВИТРАТИ																
ВИПЛАТИ																
Початковий запас	25 000,00															
Собівартість реалізованої продукції	7 000,00	21 900,00	28 800,00	40 800,00	57 600,00	57 600,00	88 900,00	80 400,00	104 400,00	115 000,00	132 500,00	150 000,00	884 900,00			
Оплата праці	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	89 355,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	103 845,00	1 159 200,00			
Витрати на приміщення	27 000,00	27 000,00	29 100,00	24 300,00	32 500,00	24 600,00	24 800,00	27 600,00	24 400,00	24 200,00	26 100,00	27 000,00	318 600,00			
Транспортування/ автомобіль	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	13 200,00			
Плата за використання телефону	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	7 800,00			
Офісні витратні матеріали/ пошта	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	20,00	5 520,00			
Реклама/ промо-акції	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	84 000,00			
Юридичні/ бухгалтерські послуги	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	14 400,00			
Регістрація, ліцензії, дозволи	4 500,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	0,00	0,00	0,00	900,00			
Страховання	0,00	0,00	0,00	0,00	900,00	0,00	0,00	0,00	900,00	0,00	0,00	0,00	1 800,00			
Побудова та установка капітального обладнання	54 584,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Погашення кредитів та виплата відсотків	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Інше	2 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Інше	3 500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	1 000,00	700,00	2 000,00	0,00	700,00	700,00	700,00	8 300,00			
Всього виплати	133 466,00	148 366,00	167 866,00	184 266,00	190 166,00	181 866,00	209 846,00	226 446,00	246 446,00	266 346,00	274 746,00	282 886,00	2 478 820,00			
Оборот грош. коштів до оплати	-108 466,00	-181 910,00	-281 886,00	-304 120,00	-321 276,00	-330 130,00	-333 476,00	-317 420,00	-249 886,00	-180 210,00	-37 466,00	119 880,00	119 880,00			
БАЛАНС ГРОШ. КОШТІВ НА КІНЕЦЬ	-108 466,00	-181 910,00	-281 886,00	-304 120,00	-321 276,00	-330 130,00	-333 476,00	-317 420,00	-249 886,00	-180 210,00	-37 466,00	119 880,00	119 880,00			

Рис. 11. Звіт про рух грошових коштів (проект)

Баланс за період:	2025 рік
АКТИВИ	
<i>Оборотні активи</i>	
Грошові кошти	119 880,00
Дебіторська заборгованість	0,00
Заласи готової продукції (сировини)	0,00
Завдатки (виплати наперед)	0,00
Інше	0,00
Всього оборотні активи	119 880,00
<i>Позаоборотні активи</i>	
Земля	0,00
Будівлі (враховуючи знос)	0,00
Обладнання (враховуючи знос)	48 583,33
Інше: автомобіль	12 000,00
Всього позаоборотні активи	60 583,33
ВСЬОГО ЧИСТІ АКТИВИ	180 463,33
ПАСИВИ	
<i>Короткострокові зобов'язання</i>	
Кредиторські зобов'язання	0,00
Податкові зобов'язання (до оплати)	0,00
Інше	0,00
Всього короткострокові зобов'язання	0,00
<i>Довгострокові зобов'язання</i>	
Довгострокові позики	0,00
Іпотечні зобов'язання (до оплати)	0,00
Інше	0,00
Всього довгострокові зобов'язання	0,00
ВСЬОГО ПАСИВИ	0,00
Капітал власника	180 463,33
Всього капітал власника та пасиви	180 463,33

Рис. 12. Баланс

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

У межах бізнес-проєкту PixelPulse Media було здійснено комплексне обґрунтування створення студії відеоконтенту, що спеціалізується на виробництві рекламних роликів і цифрового контенту для бізнесу. Проведений аналіз ринку засвідчив зростаючий попит на професійний відеопродакшн у місті Тернопіль, що створює сприятливі умови для запуску та розвитку підприємства.

Організаційно-економічна модель передбачає гнучкий підхід до управління витратами та поступове масштабування команди й технічної інфраструктури. Основне фінансове навантаження на початковому етапі сформували витрати на оплату праці та оренду приміщення, що обумовило збитковість у перші сім місяців функціонування бізнесу. Однак стабільне збільшення виручки й підвищення операційної ефективності дали змогу вже з восьмого місяця досягнути позитивного фінансового результату.

За підсумками першого року діяльності компанія вийшла на стійку динаміку зростання прибутковості та сформувала базу постійних клієнтів. Незважаючи на негативний річний результат у розмірі –59,8 тис. грн, підприємство продемонструвало очікувану модель фінансового розвитку для молодих компаній креативної індустрії: інтенсивні інвестиції на старті й перехід до прибутковості в середньостроковій перспективі.

Маржинальність виробництва відеоконтенту залишається високою (66–67 %), що свідчить про значний потенціал для подальшого нарощення прибутку без пропорційного збільшення витрат. З огляду на конкурентні переваги PixelPulse Media — креативність команди, сучасне обладнання, мультиплатформний підхід до створення контенту — проєкт має перспективи масштабування шляхом розширення спектра послуг, збільшення продажів та укладання довгострокових контрактів із локальним бізнесом.

Таким чином, результати проєкту підтверджують його економічну доцільність і перспективність. Подальший розвиток PixelPulse Media забезпечить підвищення фінансової стійкості підприємства, зростання його

ринкової частки та інвестиційну привабливість, що дає всі підстави очікувати успішної реалізації довгострокової стратегії.

Для підвищення фінансової ефективності та якнайшвидшого досягнення стабільного позитивного результату доцільно впровадити такі пропозиції:

- зменшення частки постійних витрат шляхом оптимізації витрат на оренду та адміністративних видатків;
- розширення спектра послуг: продакшн для e-commerce, live-streaming, медіапідтримка заходів;
- запровадження пакетних пропозицій і системи лояльності для формування стабільного потоку замовлень;
- активізація продажів через партнерські програми з маркетинг-агенціями та локальним бізнесом;
- інвестиції у просування бренду PixelPulse Media в соціальних мережах та цільову рекламу;
- залучення додаткових фахівців на умовах аутсорсингу в пікові періоди для підвищення пропускної спроможності студії.

Узагальнюючи результати, можна стверджувати, що PixelPulse Media є перспективним стартапом, здатним забезпечити стабільний прибуток протягом наступних років. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, розширенню ринку збуту й зміцненню фінансової стійкості підприємства в умовах зростаючого попиту на професійний відеоконтент.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р. (зі змін та доп.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 15.11.2025).
2. Закон України «Про рекламу» № 270/96-ВР від 03.07.1996 р. (зі змін за 2023 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 15.11.2025).
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку надання інформації для здійснення рекламної діяльності» № 1008 від 21.10.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1008-2015-%D0%BF> (дата звернення: 15.11.2025).
4. Діденко, Є. Стратегічний маркетинг: цифрові тенденції та можливості розвитку бізнесу. Київ: КНЕУ, 2021. 256 с.
5. Котлер, Ф., Келлер, К. Маркетинг менеджмент. 16-те вид. Київ: Вільямс, 2022. 848 с.
6. Чернова, О. Ринок рекламних послуг України: сучасний стан і перспективи розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2022. № 4. С. 85–96.
7. Солодка, Н. Цифрові комунікації у просуванні бренду: фактори впливу на поведінку споживачів. Економічний простір. 2023. № 184. С. 51–60.
8. Top Video Content Marketing Statistics for 2024 // Wyzowl. URL: <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/> (дата звернення: 15.11.2025).
9. Eurostat. Enterprises using social media for marketing or image purposes, 2020–2024. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 15.11.2025).
10. YouTube for business: insights and global advertising trends. Google Reports, 2024. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com> (дата звернення: 15.11.2025).
11. TikTok Creative Insights Report 2023: How brands grow through short-form content. TikTok Business Center. URL: <https://www.tiktok.com/business> (дата звернення: 15.11.2025).

12. Statista. Digital video advertising market revenue in Europe in 2020–2025. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 15.11.2025).